



FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS
ÁREA: CONTABILIDADE SOCIAL

BALANÇO SOCIAL: UMA ANÁLISE CRÍTICA

CIBELLE DE MELO SALES MACEDO
RA 20401645

PROFESSOR ORIENTADOR: CARLOS ANTÔNIO DIAS CHAGAS

Brasília/DF, Maio de 2007

CIBELLE DE MELO SALES MACEDO

BALANÇO SOCIAL: UMA ANÁLISE CRÍTICA

**Monografia apresentada como um dos requisitos
para a conclusão do curso de Ciências Contábeis
do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.**

Prof. Orientador: Carlos Antônio Dias Chagas

Brasília/DF, Maio de 2007

CIBELLE DE MELO SALES MACEDO

BALANÇO SOCIAL: UMA ANÁLISE CRÍTICA

**Monografia apresentada como um dos requisitos
para a conclusão do curso de Ciências Contábeis
do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.**

Prof. Orientador: Carlos Antônio Dias Chagas

Banca examinadora:

**Prof. Carlos Antônio Dias Chagas
Orientador**

**Prof.(a) Nolberto Betin Furquim
Examinador (a)**

**Prof.(a) Rogério Ramos Marques
Examinador (a)**

Brasília/DF, Maio de 2007

RESUMO

A presente monografia trata dos balanços sociais publicados pelo Banco do Brasil e pela Caixa Econômica Federal. Diante da pressão por clareza nos negócios, as organizações vêm adotando a responsabilidade social principalmente no Brasil. O instrumento utilizado para divulgar suas ações sociais é chamado de Balanço Social, ou seja, um balanço econômico e financeiro que atende a usuários internos e externos que estão envolvidos com a empresa. Esses balanços possuem indicadores sociais e econômicos que são necessários para o entendimento da sociedade, dos clientes, acionistas, fornecedores, entre outros. Para entender a sua importância, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), adota um modelo simples e de fácil entendimento e faz com que as empresas adotem esse modelo para se tornarem empresas cidadãs, ganhando com isso vantagens como selo de premiação que permite com que demonstrem sua responsabilidade social em embalagens, propagandas entre outros e a cima de tudo reconhecimento da comunidade em que está inserida. A Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil são exemplos de empresas que utilizam responsabilidade social com seus funcionários e com a sociedade, por isso os seus balanços sociais foram analisados.

Palavras Chaves: Balanço Social; Banco do Brasil; Caixa Econômica Federal; Responsabilidade Social; IBASE.

LISTA DE TABELAS E FIGURAS

Quadro 1 – Usuários do balanço social e da contabilidade.....	16
Quadro 2 – Painel de Ações Sociais do Banco do Brasil.....	26
Tabela 1 – Ranking do Banco Central.....	24
Tabela 2 – Base de Cálculo.....	30
Tabela 3 – Indicadores Laboriais.....	31
Tabela 4 – Indicadores Sociais.....	32
Tabela 5 – Indicadores Ambientais.....	33
Tabela 6 – Indicadores do Corpo Funcional.....	33
Tabela 7 – Informações relevantes quanto ao exercício da Cidadania Empresarial.....	34

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
2 RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	7
2.1 Conceito de Responsabilidade Social	7
2.2 Responsabilidade Social das empresas no Brasil	9
3 BALANÇO SOCIAL.....	11
3.1 Conceito de Balanço Social.....	11
3.2 Histórico resumido e legislação aplicada ao Balanço Social no Brasil	13
3.3 Usuários do Balanço Social.....	15
3.4 Elaboração do Balanço Social	16
3.5 Demonstração do Valor Adicionado no Balanço Social.....	18
3.6 Importância para a empresa publicar o Balanço Social	20
4 IBASE	22
5.1.Ranking do Banco Central	24
5.2. Banco do Brasil.....	24
5.3 Caixa Econômica Federal.....	28
6 RESULTADOS E ANÁLISE	30
6.1 Análise comparativa dos balanços sociais da Caixa Econômica Federal e do Banco do Brasil.	30
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
8 REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....	37

1 INTRODUÇÃO

Algumas empresas no Brasil estão cada vez mais voltadas para a responsabilidade social, pois a cada dia que se passa percebe-se que o governo não repassa suas verbas nas áreas de educação, saúde, cultura, entre outros fatores responsáveis para o desenvolvimento do País.

No ano de 2007, o efeito da globalização vem repercutido no mundo todo, alertando não somente a sociedade, mas principalmente as organizações em geral que precisam começar a desenvolver um pensamento voltado para o âmbito social, principalmente envolvendo a questão do meio- ambiente.

Várias instituições como o IBASE, ETHOS, entre outras estão chamando as entidades para se tornarem empresas-cidadãs, ensinando todo o procedimento e mostrando as vantagens que a responsabilidade social proporciona.

Tendo em vista experiência acumulada em bancos pela autora, percebeu-se que há uma maior colaboração no âmbito social dos Bancos e preocupação com os funcionários, clientes, investidores e a sociedade em que estão inseridos.

Segundo Machado (2003, p.277):

As empresas, como parte integrante da sociedade, estão sendo pressionadas a cumprir metas ambientais, além das econômicas, e a demonstrar que, além do retorno econômico gerado aos acionistas, também geram retorno social às comunidades onde se encontram instaladas.

A relevância deste tema está na nova postura ética e moral que as empresas querem adquirir perante a sociedade, o governo, o meio ambiente e todos que fazem parte ou estão envolvidos com o meio empresarial. A sociedade também está exigindo que estas empresas demonstrem com clareza essa responsabilidade através da publicação de um balanço social.

Conforme Tinoco (2001, p.14), “o balanço social tem sua origem na contabilidade das empresas. Normalmente, é por meio da contabilidade que as entidades divulgam a seus diferenciados usuários os seus desempenho econômico financeiro e social”.

Para Kroetz (2003), o balanço social fortifica a relação da empresa com seus funcionários recebendo sugestões e instigando a participação voluntária de todos os empregados da organização, funcionando como um instrumento de controle e incentivo à qualidade da empresa.

Tendo em vista, todo este acontecimento a autora despertou o interesse do estudo em questão. Logo, fazer uma análise do balanço social de duas instituições financeiras públicas como o Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal foi a forma de começar os estudos em contabilidade nessa área. Desta forma, há um interesse em saber se o que está sendo publicado condiz com o modelo de balanço social proposto pelo IBASE, que é o grande antecessor do balanço social no Brasil.

O problema do estudo presente se destaca como:

Os Balanços Sociais das instituições financeiras públicas, Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal, correspondem ao modelo de Balanço Social proposto pelo IBASE?

O objetivo geral é comprovar se o modelo de Balanço Social proposto pelo IBASE está sendo seguido pelo Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal, propondo também os objetivos específicos:

- Apresentar o conceito de balanço social proposto pelo IBASE;
- Analisar os balanços sociais da Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil;
- Este estudo explora como os Balanços Sociais do Banco do Brasil e da Caixa Econômica Social se encaixam no modelo proposto pelo IBASE. O estudo abrange os Balanços Sociais publicados no ano de 2005 pelas duas maiores instituições financeiras públicas segundo seus ativos, conforme publicação do ranking do Banco Central do mês de Dezembro no ano de 2006responsabilidade social;
- Descrever o Balanço Social;
- Explicar a importância do Balanço Social;

Dissertar sobre o modelo de.

Através dos Balanços Sociais em estudo, será construído uma tabela do modelo proposto pelo IBASE, onde será comparada com os modelos da Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil.

A metodologia utilizada para a realização do trabalho foi através de pesquisas epistemológica com estudo de caso e leitura de artigos e monografias, sites dos Bancos e conceitos do IBASE publicados pela internet e livros sobre Responsabilidade Social e Balanço Social.

O trabalho está dividido em sete capítulos, além desta introdução.

O capítulo dois aborda o conceito, a importância, os benefícios da responsabilidade social nas empresas e contextualiza a responsabilidade social no Brasil.

O capítulo três descreve o conceito, o histórico resumido, a legislação, os usuários e a importância do balanço social para os meios internos e externos que estão envolvidos com as empresas.

O capítulo quatro apresenta os conceitos do IBASE, a importância e as vantagens de seguir seu modelo de balanço social.

O capítulo cinco descreve a responsabilidade social das instituições financeiras, Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil.

O capítulo seis aborda os resultados e análises diante da base teórica apresentada.

O capítulo sete apresenta as considerações finais e sugestões para uma seguinte pesquisa.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

A responsabilidade social das empresas gera renda e emprego para as pessoas favorecendo os indivíduos que estão desempregados e gerando perspectivas de empregos principalmente no Brasil. As organizações têm a obrigação de satisfazer seus clientes, parceiros de negócios e principalmente publicar de forma clara e transparente seu Balanço Social destacando as relações financeiras, econômicas, sociais, ambientais e de responsabilidade pública para toda à sociedade de sua inserção (TINOCO, 2001).

2.1 Conceito de Responsabilidade Social

Responsabilidade social é o comprometimento da empresa com a sociedade através de atitudes que a afetem de modo positivo e amplo ou de modo específico alguma comunidade, agindo coerentemente no que tange o seu papel na sociedade e a sua prestação de contas para com ela (ASHLEY et al, 2004).

Segundo o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2000, apud FABIÃO, 2003, p.48):

A responsabilidade social empresarial é uma atuação com base em princípios éticos elevados, nos seus variados relacionamentos com o meio interno e externo, impactados, pela atividade produtiva, a saber: funcionários, meio ambiente, fornecedores, consumidores, acionistas, comunidade, governo e sociedade em geral.

Verifica-se que responsabilidade social é uma forma da empresa se relacionar com a comunidade, promover e desenvolver o sentimento de cooperação dos indivíduos envolvidos com suas ações sociais.

O assunto responsabilidade social integra-se ao da governança corporativa, ou seja, por meio da administração das relações contratuais e institucionais instituídas pelas empresas e as medidas tomadas para atender as demandas e os interesses das pessoas envolvidas com a organização. Assim, a responsabilidade social corporativa possui vínculos cada vez mais complexos com a administração das organizações, nos quais estão as situações ambientais e sociais que têm maior importância para garantir o sucesso e a sustentabilidade da empresa (TINOCO, 2001).

Segundo Rothgiesse (2006):

O modelo de gestão da Responsabilidade Social Corporativa tem sido adotado por empresas competitivas, na linha da modernidade, empresas sintonizadas com um mundo globalizado cada vez mais exigente em relação à dinâmica de seus negócios e à sustentabilidade de sua marca empresarial. Empresas que incorporam seus projetos de responsabilidade social em um planejamento estratégico, delegando-os a uma equipe multidisciplinar que assuma não só o monitoramento destes projetos, mas, antes de tudo, a necessária mudança cultural. E que as habilite como empresas-cidadãs, construindo relações “copêrnicas” com seus parceiros, tornando-as co-responsáveis pelo desenvolvimento social brasileiro.

Conforme o site responsabilidade social, as organizações estão sendo obrigadas a ser mais responsável em suas ações diante a pressão por clareza nos seus negócios. As entidades devem satisfações aos acionistas, aos empregados da empresa, ao governo, seus fornecedores, consumidores e a sociedade em que está inserida fazendo valer seu código de ética, pois estas organizações ganham vantagens em adquirir novos parceiros sociais nas decisões de seus negócios. A responsabilidade social se aplica a todos os setores da empresa, pois todo o processo produtivo da entidade tem que ser avaliado.

Ainda de acordo com o site de responsabilidade social, o conceito de responsabilidade social é semelhante ao de desenvolvimento sustentável. O desenvolvimento sustentável não menciona somente o meio-ambiente, mas favorece a imagem da organização elevando o seu crescimento. Para a entidade ser sustentável, a mesma precisa prevenir riscos para os seus negócios e prever impactos ambientais ou processos judiciais.

Segundo Lourenço; Schröder (2003 p. 88), os quatro tipos de responsabilidade social são:

- Responsabilidade econômica: Ter responsabilidade econômica significa produzir bens e serviços de que a sociedade necessita e quer, a um preço que possa garantir a continuação das atividades da empresa, de forma a satisfazer suas obrigações com os investidores e maximizar os lucros para seus proprietários e acionistas.
- Responsabilidade legal: Presume-se que as empresas atendam às metas econômicas dentro da estrutura legal e das exigências legais, que são impostas pelos conselhos locais das cidades, assembléias legislativas estaduais e agências de regulamentação do governo federal.
- Responsabilidade ética: Inclui comportamentos ou atividades que a sociedade espera das empresas, mas que não são necessariamente codificados na lei e podem não servir aos interesses econômicos diretos da empresa (DAFT, 1999, p. 90-91).
- Responsabilidade discricionária ou filantrópica: É puramente voluntária e orientada pelo desejo da empresa em fazer uma contribuição social não imposta pela economia, pela lei ou pela ética. A atividade discricionária inclui: fazer doações a obras beneficentes; contribuir

financeiramente para projetos comunitários ou para instituições de caridade que não oferecem retornos para a empresa e nem mesmo são esperados.

Muitas empresas se beneficiam com as atitudes responsáveis de sua administração. Por meio de pesquisas e depoimentos, a responsabilidade social motiva a sociedade e os consumidores, as organizações recrutam pessoas mais talentosas, se incluem na mídia, possuem um bom clima organizacional, destacando-se a preferência de investidores internacionais por essas entidades. Assim, as empresas ganham um grande retorno social institucional que se efetivam através de imagens e vendas; aos acionistas e investidores; em retorno publicitário, em tributação; em produtividade e pessoas e os ganhos sociais (LOURENÇO; SCHRÖDER, 2003).

As organizações possuem também o seu retorno social, que corresponde ao lucro social criado por sua responsabilidade perante a sociedade. Esses retornos se destacam por meio das novas oportunidades que são dadas às organizações para intervirem na sociedade, da mudança de comportamento das pessoas em relação aos problemas gerados pelo país e pela melhoria da situação de vida da população (LOURENÇO; SCHRÖDER, 2003).

Entende-se que a responsabilidade social nas organizações tem grande importância tanto no meio externo como no meio interno da empresa. Verifica-se que as entidades precisam ter responsabilidades éticas, legais, econômicas e financeiras não somente com a sociedade, mas também com investidores que possam estar interessados em suas ações. As organizações dessa forma possuem grandes custos, mas que proporcionam benefícios tanto para a sociedade quanto para o próprio negócio.

2.2 Responsabilidade Social das empresas no Brasil

Responsabilidade Social é um tema que a cada dia está se desenvolvendo no Brasil, pois as empresas estão despertando esta consciência por diversos fatores que existem no país como a educação, fome, miséria, saúde entre outros, além de proporcionar várias vantagens para a organização.

Conforme Tinoco (2001, p.116), “responsabilidade social, significa, ainda, responsabilidade pública, ou seja, o cumprimento e a superação das obrigações legais decorrentes das próprias atividades e produtos da organização”.

Ainda segundo Tinoco (2001), a responsabilidade pública das empresas, atenderá os desejos da sociedade, que pedem por ações mais conscientes das entidades e que modifiquem o quadro de exclusão social do Brasil.

Uma pesquisa realizada pelo IPEA com a data não indicada pelo autor mostrou que as empresas investem em responsabilidade social externa voltada para as ações sociais internas. Essa dupla responsabilidade social enfatiza o vínculo com os funcionários da organização e a sociedade. Dessa forma, demonstra que as entidades brasileiras dão início a sua gestão por meio das ações sociais externas, ou seja, começam através de suas relações com a sociedade e depois evolui para a responsabilidade social interna dentro da empresa (FROES, NETO, 2001).

Segundo Vilela (1999, p.1 - 2 apud ASHLEY et. al., 2004, p. 75):

Algumas empresas no Brasil têm a responsabilidade social como assunto constante em suas agendas. Muitos empresários brasileiros já perceberam que contribuir para o bem-estar da comunidade em que atuam é o divisor de águas entre as empresas que se omitem e as que atuam positivamente em seu meio, respeitando-o e valorizando os diversos públicos que dele fazem parte.

De acordo com Ciro Torres, sociólogo que coordena o Projeto Balanço Social do IBASE, as organizações no Brasil têm levado com seriedade suas relações com a sociedade e com os seus empregados. Nos últimos anos essas relações tornaram-se estratégias financeiras para as empresas, contando também com o lado ético e social que as mesmas desenvolvem.

Entende-se que as empresas no Brasil buscam uma maior excelência no mercado. Por meio desse pensamento essas organizações procuram ter responsabilidade social com a comunidade e com seus funcionários, para se tornarem grandes empresas brasileiras não somente na área financeira, mas também na social.

Para apresentar de forma clara e transparente a responsabilidade social das organizações, as empresas optaram pela elaboração e publicação de Balanço Social ou de um código de ética. Segundo os indicadores de responsabilidade social do Instituto Ethos, o registro das ações sociais da organização através de um Balanço concede avaliar seus resultados e direciona seus recursos para o futuro. O Balanço Social da entidade deve expor os resultados atingidos e investimentos realizados no âmbito social. (CORRÊA; MEDEIROS, 2003).

3 BALANÇO SOCIAL

Após uma reflexão sobre a responsabilidade social, entende-se que para demonstrar a obrigação da empresa pelos seus atos, a mesma utiliza-se de uma ferramenta para demonstrar essa responsabilidade chamada de Balanço Social, podendo também ser chamado de balanço econômico, pois inclui valores econômicos e sociais que serão publicados para a sociedade trazendo benefícios tanto para todas as áreas da empresa como para a sociedade e investidores.

3.1 Conceito de Balanço Social

O Balanço Social é um documento anunciado todos os anos sobre as informações das atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, focando os seus empregados e à comunidade na qual está inserida, ou seja, é um documento de grande valor para medir o cumprimento do exercício da responsabilidade social em seus empreendimentos. Por meio dele, a instituição mostra o que faz por seus empregados, dependente e pela população que recebe sua influência diretamente (SILVA; FREIRE, 2001).

Segundo o site do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE):

No balanço social a empresa mostra o que faz por seus profissionais, dependentes, colaboradores e comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos. Ou seja, sua função principal é tornar pública a responsabilidade social empresarial, construindo maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente.

Entende-se que o Balanço Social serve como um instrumento de comunicação e transparência da empresa com a sociedade e com as áreas internas desta mesma instituição.

Publicar o balanço social é transformar a visão tradicional em que a empresa poderia produzir e obter lucro, sem ter a preocupação com a satisfação de sua força de trabalho e com a sociedade, para uma visão moderna em que os objetivos da empresa agregam sua responsabilidade social (SILVA; FREIRE, 2001).

Segundo Tinoco (2001, p. 30):

O balanço social é uma necessidade de gestão e resposta a uma demanda de informações e tem um duplo objetivo:

1. No plano legal, fornece um quadro de indicadores a um grupo social, que após ter sido apenas um simples fator de produção, encontra-se promovido como parceiro dos dirigentes da empresa.
2. No plano de funcionamento da empresa, serve de instrumento de pilotagem no mesmo título que os relatórios financeiros. Os trabalhadores encontram-se assim associados à elaboração e à execução de uma política que os liga ao principal dirigente.

Para Tinoco (2001, p.34), “o Balanço Social tem por objetivo ser eqüitativo e comunicar informação que satisfaça à necessidade de quem dela precisa. Essa é a missão da Contabilidade, como ciência de reportar informação contábil, financeira e econômica, e social”.

Conforme Kroetz (2000), através da influencia da globalização, de pessoas mais conscientes e investidores mais exigentes e preparados no mercado, fazem com que as empresas anunciem suas demonstrações sociais e financeiras com mais transparência e qualidade mostrando aspectos qualitativos do patrimônio e, ao mesmo tempo, sua preocupação com o bem-estar social e o meio ambiente.

Segundo Mendes (1997 apud KROETZ, 2000, p.61):

Dar publicidade àquilo que a empresa faz em benefício do social poderá significar, para ela, a oportunidade de obter do mercado uma grande recompensa, o que daria a obrigatoriedade da publicação um lugar de menor importância.

O Balanço Social oferece marketing para as empresas no qual é um aspecto de grande relevância que pode seduzir empresários a publicar seus balanços por compreenderem como um novo instrumento de publicidade. O marketing é apenas um ponto importante dentro das vantagens que o Balanço Social proporciona e não pode ser encarado como meta principal ou um serviço de divulgação, pois seu objetivo é entender a atuação social da entidade como a meta de uma melhora contínua. Antes de ser uma obrigação, o Balanço social é um instrumento de apoio à administração, pelo qual se mostra a face interna e externa da empresa, o que permite sua avaliação, sua investigação e as adaptações necessárias. (KROETZ, 2000).

Verifica-se que o balanço social não deve ser encarado apenas como um objeto de publicação, mas como uma demonstração de todas as faces da empresa e de valores sociais da organização com a sociedade.

3.2 Histórico resumido e legislação aplicada ao Balanço Social no Brasil

Para melhor compreensão dos conceitos de Balanço Social, parece conveniente contemplar um pouco sobre o histórico resumido e a legislação que envolve o Balanço Social no Brasil.

Na década de 60, por causa da guerra do Vietnã, que provocou o aumento dos problemas sociais, as empresas foram criticadas para que tivessem nova postura social e ética perante a sociedade. A partir deste momento, surgem propostas para que as primeiras informações sociais sejam publicadas juntamente com as informações financeiras das empresas (KROETZ, 2000).

Ainda segundo Kroetz (2000, p. 55), “americanos, europeus e latino-americanos, desde o final da década de 70, desenvolveram “modelos” de Contabilidade Social, Auditoria Social e Balanço Social seguindo interesses, particulares e culturas próprias”.

Nos Estados Unidos, hoje em dia, os donos das empresas estão apreensivos em relação à publicação da informação socioeconômica que está ligada a poluição, às atividades ligadas às obras culturais e à contribuição da empresa com os benefícios que estão ligados à sociedade (TINOCO, 2001).

Na Europa, as determinações do Balanço Social progrediram em relação à solidariedade econômica do bloco europeu em formação e destacaram seus projetos de aspecto humano e social na empresa, na idéia de que tivessem igualdade de competência e aceitação em comparação aos outros processos empresariais (KROETZ, 2000).

Para Freire; Silva (2001, p.14) “na França, desde 1977, é legalmente obrigatório à publicação do “balanço social” das empresas com mais de 750 empregados, o que comprova a importância dada pelas sociedades envolvidas à gestão empresarial”.

Em Portugal, a primeira verificação do Balanço Social ocorreu em 1977 com o estudo sobre as cem maiores empresas, feito pela Semap, filial portuguesa do Grupo Metra Internacional. Mas com várias tentativas e estudos para a colocação do Balanço Social neste país, o grupo parlamentar ex-Asdi (Ação Social Democrata Independente) mostrou um projeto de lei que visava à elaboração deste balanço nas empresas com no mínimo duzentos funcionários. Essa iniciativa foi aceita com a lei nº 141/85, de 14 de novembro de 1985, que aprovou a implantação do Balanço

Social em organizações públicas que tenham mais de quinhentos funcionários, conforme o artigo 7º da Lei (TINOCO, 2001).

O Balanço Social, na América Latina, mistura a experiência americana/européia, e utiliza uma forma de tornar as empresas mais sociais e cria propostas participativas em foco de democracia possíveis na época em que quase todos os países latino-americanos vivia sob regimes autoritários (KROETZ, 2000).

Ainda, segundo Kroetz (2000), através deste cenário que, em 1976, alguns estudiosos da responsabilidade social das empresas que faziam parte da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresa (ADCE)-Unipac Brasil e à Fundação Fides, propuseram desenvolver um Balanço Social no Brasil, pois são poucas as empresas que possuem preocupações no âmbito social e somente algumas demonstram à sociedade as suas ações. Neste caso tem a possibilidade de conceder este pouco zelo por não conhecerem a Demonstração do Balanço Social e por não terem responsabilidade social com a empresa.

Na década de 90, várias pessoas incentivaram a publicação do Balanço Social, chamando a atenção da comunidade política empresarial. O sociólogo Herbert de Souza (Betinho, 1935-1997) talvez tenha sido o grande precursor dessa nova realidade, pois desenvolveu um Balanço Social adequado à realidade brasileira, apoiando-se sempre no Instituto Brasileiro de Análises Sociais-Econômicas (IBASE). E na época, várias empresas aderiram a este modelo como: ABRIL S.A., Azaléia S.A., Banco Itaú S.A., Banco Santos, Banespa S.A., Banco do Nordeste do Brasil S.A., Companhia Energética de Brasília (CEB), Companhia Energética de São Paulo (CESP), Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), Centrais Elétricas do Norte do Brasil S.A. (Eletronorte), entre outras (KROETZ, 2000).

O Balanço Social no Brasil também possui um Projeto de Lei que teve início com a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) que exibiu em audiência pública uma proposta para incluir o Balanço Social nas demonstrações financeiras das organizações que já eram obrigatórias nas empresas de capital aberto. Este projeto de lei apresenta a imposição da divulgação do Balanço Social por empresas de grande porte, que tenham faturamento anual acima de cento e cinquenta milhões e ativos de mais de cento e vinte milhões, mesmo que não tenham capital aberto (TINOCO, 2001).

O Balanço Social passou a ser objeto do Projeto de Lei 3.116/97, apresentado pela deputada federal Marta Suplicy e assinada por Sandra Starling e Maria da Conceição Tavares que visava tornar obrigatória a publicação anualmente do Balanço Social para todas as empresas com mais de cem funcionários. O deputado Paulo Rocha, em 1999, expôs um projeto sobre o mesmo tema, mas até o momento este projeto encontra-se em tramitação na Comissão de Economia, Indústria e Comércio da Câmara Federal (FREIRE; SILVA, 2001).

Entende-se que o balanço social por ser um instrumento de grande importância e que gera vários benefícios para a empresa, ainda não é considerada obrigatória a sua publicação.

3.3 Usuários do Balanço Social

A contabilidade necessita constantemente de possuir conhecimentos e ferramentas para responder a seus usuários internos e externos e contabilizar adequadamente os recursos humanos, compreendendo a necessidade que esses recursos têm para as entidades, pois sem eles não há produção, nem continuidade, nem resultados, nem ativos. Os usuários da informação social, várias vezes, divergem quanto ao tipo de informação que é fornecida pela Contabilidade (TINOCO, 2001).

Segundo Kroetz, (2000 p. 84):

A Construção da Proposta do Balanço Social deve observar os requisitos solicitados pelos mais diversos usuários, ou seja, para servir como um instrumento capaz de agregar valor, causar surpresa e desencadear ações busca-se no usuário final, por meio da coleta de suas necessidades, a seleção das informações úteis e relevantes a serem divulgadas.

Entende-se que a contabilidade e o Balanço Social, por possuírem informações sociais e econômicas precisam atender as diversas partes que estão vinculadas à empresa. Neste caso, espera-se uma maior responsabilidade das organizações com a sociedade e o meio-ambiente.

A Seguir segue quadro 1 dos usuários do Balanço Social e da Contabilidade:

Quadro 1 - Usuários do balanço social e da contabilidade.

Usuários	Metas Relevantes
Clientes	Produtos com qualidade; recebimento de produtos em dia; produtos mais baratos; cortesia no atendimento.
Fornecedores	Parceria; segurança no recebimento; continuidade.
Colaboradores	Geração de caixa; salários adequados; incentivos à promoção; produtividade; valor adicionado; segurança no emprego; efetivo.
Investidores Potenciais	Custo de oportunidade; rentabilidade; liquidez da ação.
Acionistas Controladores	Retorno sobre o Patrimônio Líquido; Retorno sobre o Ativo; continuidade; crescimento no mercado; valor adicionado.
Acionistas Minoritários	Fluxo regular de dividendos; valorização da ação; liquidez.
Gestores	Retorno sobre o patrimônio líquido; continuidade; valor patrimonial da ação; qualidade; produtividade; valor adicionado.
Governo	Lucro Tributável; valor adicionado; produtividade.
Vizinhos	Contribuição Social; preservação do meio ambiente; segurança, qualidade, cidadania.

Fonte: Tinoco (2001 p. 35).

Verifica-se que não somente a empresa traz benefícios para a sociedade, mas os usuários do Balanço Social fornecem também grandes retornos para a empresa, como rentabilidade, produtividade, crescimento no mercado, retorno sobre o seu patrimônio líquido entre outros os quais a própria instituição se beneficia.

3.4 Elaboração do Balanço Social

Foi publicado em 1975 pelo *Accounting Standards Steering Committee*, da Inglaterra, um documento chamado *The Corporate Report*, que mostra a vontade de juntar informação econômica e social em um relatório capaz de informar os acionistas, os assalariados e à comunidade, fornecendo um esclarecimento

significativo, compreensível, completo, objetivo e comparável. Nesse relatório social mostram os elementos econômico-financeiros (contas de valor adicionado) e os estritamente sociais. A Accountability representa a obrigação que as empresas têm de prestar contas dos resultados que tiveram em relação às responsabilidades que decorrem de uma delegação de poder (TINOCO, 2001).

O Balanço Social possui uma estrutura organizacional gerada para outros objetivos e procura utilizar ao máximo os indicadores disponíveis espalhados pela empresa. Os serviços operacionais preparam as informações de administração, que são propagados ao longo da hierarquia na organização. Os serviços funcionais publicam informação como qualquer outro setor da empresa, tratam os fornecimentos de dados que vêm de outros setores visando à tomada de decisão pela gerência e preparam documentos que serão encaminhados para o exterior da empresa (TINOCO, 2001).

Segundo Tinoco (2001, p. 38 e p. 39), os três departamentos funcionais que participam na elaboração do Balanço Social são:

- Departamento pessoal: Este setor envolve-se com os assalariados desde sua admissão na empresa até seu desligamento. Efetua os registros de salários, controla o número de horas e dias trabalhados, movimentação, absenteísmo, etc. Fornece informações sobre os assalariados, tanto no âmbito interno, para fins de gestão, como externamente, para cumprimento de legislação, tal como a lei dos 2/3 e a lei 4.923.
- Departamento de contabilidade: Este departamento é o encarregado na empresa de registrar os atos e fatos administrativos mensuráveis financeiramente. Calcular e apresentar a demonstração do valor adicionado e fazer cálculo da contabilidade de excedentes são informações que também têm origem nesse departamento.
- Departamento de sistema de informação contábil: Para o balanço social é de vital importância. Tradicionalmente, o agregado de serviços vem sendo avaliado em termos monetários, todavia, o uso da abordagem sistêmica permite levar em consideração outras medidas de valor como unidades físicas de produtos vendidos; produção física, produtividade, horas trabalhadas; qualidade e não qualidade dos produtos fabricados; diminuição/aumento de falhas e de refugos na produção; entre outras.

Segundo Kroetz (2000, p.87), “o Balanço Social poderá divulgar indicadores consubstanciados no planejamento estratégico, que revelam as tendências do futuro da entidade, agregando parte do relatório da administração a seu corpo de informações, numa visão pró-ativa”.

Ainda segundo Kroetz (2000, p.87), “genericamente, o conjunto será formado por indicadores/índices/valores econômicos, sociais e ecológicos, complementando o atual sistema de informação contábil”.

Conforme Tinoco (2001), existem vários indicadores que podem ser tirados do Balanço Social tanto de ordem quantitativa como qualitativa. Um desses indicadores pode-se destacar como de caráter econômico, no qual possui: valor adicionado por empregado; vínculo entre as receitas brutas e os salários da organização; produção social da organização; contribuição do valor adicionado da organização para o Produto Interno Bruto, entre outros.

Destacam-se ainda outros indicadores que podem ser de caráter social, no qual se destacam: o desenvolvimento do funcionário na organização, promoção de salários dos empregados na organização; envolvimento e desenvolvimento por sexo e instrução; classificação tanto por idade quanto por tempo que os funcionários trabalham na empresa; benefícios em relação a saúde e educação para os empregados; entre outros (TINOCO, 2001).

O Balanço Social, por não ter uma regulamentação que exige a sua divulgação, as empresas publicam seus dados (indicadores sociais e econômicos), da maneira que lhes convém. Desta forma, alguns balanços não seguem uma estrutura básica, com exceção em países que são obrigatórios divulgar os balanços sociais (KROETZ, 2000).

Assim, verifica-se que os Balanços Sociais possuem indicadores sociais e econômicos que pode ser extraídos das empresas feitos por departamentos internos dessa mesma organização. Esses indicadores são necessários para que os usuários do balanço social entendam com mais clareza todas as informações que foram divulgadas e no Brasil não há nenhuma regulamentação que exija pelo menos que as estruturas sejam feitas do mesmo modo, obtendo desta forma, balanços com as mesmas informações, mas que publicadas de maneiras diferentes. Ainda há instituições que seguem o mesmo padrão, mas infelizmente não são todas.

3.5 Demonstração do Valor Adicionado no Balanço Social

O desempenho econômico e social das empresas é verificado através do valor econômico das organizações onde agrega bens e serviços adquiridos de terceiros, que se podem chamar de Valor Adicionado ou Valor Agregado, bem como a forma pela qual está sendo repartido entre os grupos sociais que interagem com suas atividades (TINOCO, 2001).

Segundo Kroetz (2000, p. 40):

A demonstração do valor adicionado é preparada pelo sistema de informações contábeis e apresenta o conjunto de dados que revelam a riqueza gerada pela entidade em determinado período, bem como a sua distribuição. Constitui-se numa informação de fundamental importância para a gestão como também aos demais usuários da Contabilidade. Sendo possível citar a relevância do DVA para as entidades governamentais, auxiliando no processo de análise do perfil e da contribuição da entidade, servindo de base para a abertura de linhas de crédito, incentivos, procedimentos conjuntos, entre outras atividades de interesse público.

Verifica-se que o Valor Adicionado é uma forma de representar uma análise mais específica das demonstrações financeiras e contábeis das empresas.

Para obter o montante de recursos que a organização gera para pagar impostos, salários, juros e investir novamente em seus negócios, a mesma subtrai das vendas todas as compras de bens e serviços. Através desses recursos gerados tem-se o montante de valor que a empresa acrescenta, ou seja, é o PIB da empresa (IUDÍCIBUS; MARION, 2002).

Segundo Kroetz (2000, p. 42), na realidade, a DVA apresenta a riqueza individualizada gerada pela entidade, desta forma:

$VA = R_p - R_a$
 VA: valor adicionado da entidade
 R_p: recursos produzidos pela entidade
 R_a: recursos adquiridos de terceiros.

Segundo Tinoco (2001, p.66), do ponto de vista dos agentes sociais, importa saber como o valor adicionado gerado pela empresa é repartido e quais são os segmentos beneficiários. Estes são:

- O pessoal, que aporta seu trabalho à empresa, recebendo em contrapartida salários e benefícios sociais.
- Os acionistas, que ao integralizarem o capital da empresa recebem em troca uma remuneração repartível, o dividendo, e outra de caráter não repartível, as reservas, que aumentam o Patrimônio Líquido da entidade e, portanto, a avaliação da participação de cada um dos acionistas;
- O Estado via imposto de renda, e outros impostos diretos, indiretos e taxas;
- Os financiadores, aqueles que aportam recursos à empresa a título de financiamento, sendo remunerados por juros.

Segundo Tinoco (2001, p. 68), "na DVA, o objetivo principal é fornecer informações a diversos grupos participantes nas operações, ou seja, os *stakeholders*. Um aspecto fundamental no cálculo do valor adicionado é à base de mensuração, produção ou venda".

De acordo com Tinoco (2001), quando se utiliza a produção da empresa como base de mensuração, o valor adicionado é avaliado através dos bens e

serviços produzidos. Desta forma, é importante saber como os estoques de produtos acabados e em processamento estão sendo tratados. A avaliação do valor adicionado aproveitando as vendas como base de mensuração, o valor das compras de bens e serviços de terceiros refere-se aos produtos vendidos.

Segundo Kroetz (2000), através da reestruturação da Lei nº 6.404/76, a divulgação do DVA como uma demonstração autônoma, a ser publicada junto com as outras demonstrações contábeis se torna obrigatória. As empresas que estão divulgando a Demonstração do Valor Adicionado (no Brasil) têm adotado o total das vendas como base de mensuração do valor agregado.

O valor adicionado é uma riqueza gerada pela empresa. Várias pessoas relacionadas às organizações são beneficiárias da DVA como os funcionários, os acionistas, o Estado e os financiadores. Pode-se adotar o valor das vendas para mensurar o valor agregado.

3.6 Importância para a empresa publicar o Balanço Social

Segundo Ciro Torres apud IBASE:

Empresa que cumpre seu papel social atrai mais consumidores e está investindo na sociedade e no seu próprio futuro. E mais ainda, tem o direito, antes do dever, de dar publicidade às suas ações. Porém, esta propaganda será cada vez mais honesta e verdadeira, na justa medida em que utilizar parâmetros iguais e permitir comparações por parte dos consumidores, investidores e da sociedade em geral.

Em relação à mensuração da satisfação, os funcionários de uma organização têm mais disposição para trabalhar quando estão profissionalmente satisfeitos. A consequência desse princípio é simples: A produtividade da empresa aumenta proporcionalmente com a satisfação desses empregados que envolvem melhores condições de moradia, higiene, segurança no trabalho, proteção ambiental e melhores salários. O contrário envolve deseconomias, obtendo baixa na produção, insatisfação no trabalho, entre outros (TINOCO, 2001).

Verifica-se que o Balanço Social proporciona para as empresas maior credibilidade de marca, lealdade do consumidor, maior respeito da comunidade em que está inserida e satisfação de seus funcionários.

Diante da grande importância da publicação do Balanço Social das empresas socialmente responsáveis, destacam-se alguns motivos de relevância para se fazer um Balanço Social, segundo o IBASE:

- Ser ético: ser justo, bom e responsável já é um bem em si mesmo.
- Agregar valor: o balanço social traz um diferencial para a imagem da empresa que vem sendo cada vez mais valorizado por investidores e consumidores no Brasil e no mundo.
- Diminuir os riscos: num mundo globalizado, onde informações sobre empresas circulam mercados internacionais em minutos, uma conduta ética e transparente tem que fazer parte da estratégia de qualquer organização nos dias de hoje.
- Ser um moderno instrumento de gestão: o balanço social é uma valiosa ferramenta para a empresa gerir, medir e divulgar o exercício da responsabilidade social em seus empreendimentos.
- Ser instrumento de avaliação: os analistas de mercado, investidores e órgãos de financiamento (como BNDES, BID e IFC) já incluem o balanço social na lista dos documentos necessários para se conhecer e avaliar os riscos e as projeções de uma empresa.

Conforme o IBASE, ser inovador e transformador: realizar e publicar balanço social anualmente é mudar a antiga visão, indiferente à satisfação e o bem-estar dos funcionários e clientes, para uma visão moderna em que os objetivos da empresa incorporam as práticas de responsabilidade social e ambiental.

Entende-se que é de suma importância fazer com que as empresas façam e ao mesmo tempo publique seu Balanço Social, pois é uma maneira de demonstrar sua preocupação com seus funcionários e com a sociedade fazendo com que a organização ganhe lucros com essa responsabilidade social.

4 IBASE

De acordo com a relevância de se publicar o Balanço Social nas empresas, neste capítulo será abordada a importância para as empresas publicarem seus Balanços Sociais seguindo o modelo proposto pelo IBASE.

Segundo o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), criado em 1981, é uma instituição pública federal, sem fins lucrativos, sem vinculação religiosa e a partido político. Sua missão é a construção da democracia, combatendo desigualdades e estimulando a participação cidadã.

Conforme o IBASE, suas prioridades estão no processo Fórum Social Mundial, Alternativas democráticas à globalização, Monitoramento de políticas públicas, Democratização da cidade, Segurança alimentar, Economia solidária e Responsabilidade social e ética nas organizações.

Ainda, conforme o IBASE:

O público para o qual suas ações estão direcionadas é composto por movimentos sociais populares; organizações comunitárias; agricultores; familiares e trabalhadores sem terra; lideranças, grupos e entidades de cidadania ativa; escolas, estudantes e professores da rede pública de ensino fundamental e médio; rádios comunitárias e experiências em comunicação alternativa; formadores de opinião nos meios de comunicação de massa; parlamentares e assessores; gestores de políticas públicas.

De acordo com o IBASE, um dos seus objetivos é firmar parcerias entre empresas sociais no Brasil e demais países da América Latina, com a ideia de cobrar das organizações para que sejam éticas, responsáveis e transparentes no meio empresarial e nas organizações da sociedade civil.

Conforme IBASE, este instituto instiga que empresas do Brasil divulguem seu balanço social no modelo proposto pelo Ibase, ou seja, demonstrativo divulgado todos os anos que agrega esclarecimentos sobre projetos, benefícios e ações sociais e ambientais dirigidas a funcionários das empresas, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. Até 2005, o IBASE contabilizou 976 balanços em 305 empresas diferentes. Com a análise dos balanços sociais das organizações, publica também seus indicadores. Desta forma, o IBASE acredita que está intervindo em debates públicos com a capacidade crítica da sociedade civil no âmbito da Responsabilidade Social.

Segundo FREIRE; SILVA (200, p.109):

Embora o “balanço social” proposto pelo Ibase apresente uma memória bienal de alguns indicadores sociais relevantes, o conteúdo de informações que ele disponibiliza é bastante restrito ao que seria necessário em um relatório de capacitação e performance dos recursos humanos, cujas informações viriam a ser empregadas como ferramenta destinada a incrementar a competitividade empresarial no que tange às informações do pessoal empregado. No entanto, sua simplicidade é extremamente conveniente para estimular empresas a sua preparação, além de ser altamente funcional como elemento para julgamento do mérito relativo a outorga do selo do “Balanço Social” do Ibase.

Segundo o IBASE, desde 1977, o sociólogo Herbert de Souza e o Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas (IBASE) demonstram para os donos das empresas e toda a sociedade como é importante e necessária a elaboração do balanço social das organizações em um modelo único e simples, pois o IBASE compreende que a simplicidade do balanço social garante o envolvimento de um grande número de empresas. Junto com vários representantes de organizações públicas e privadas, a partir de reuniões com os vários setores da sociedade, o IBASE produziu um modelo que instiga todas as organizações a publicar seu balanço social, sem precisar depender do tamanho e setor.

Conforme o IBASE:

Se a forma de apresentação das informações não seguir um padrão mínimo, torna-se difícil uma avaliação adequada da função social da empresa ao longo dos anos. A predominância de dados que possam ser expressos em valores financeiros ou de forma quantitativa é fundamental para enriquecer este tipo de demonstrativo. Mas nem sempre correlacionar fatores financeiros com fatos sociais é uma tarefa fácil, porém, os indicadores desenvolvidos do modelo IBASE ajudam às análises comparativas da própria empresa ao longo do tempo ou entre outras do mesmo setor. No modelo sugerido pelo IBASE, a sociedade e o mercado são os grandes auditores do processo e dos resultados alcançados.

Segundo O IBASE, em 1998, foi publicado o selo Balanço Social Ibase/Betinho, conferido anualmente, com o intuito de fazer com que um maior número de empresas publique os seus balanços sociais conforme o seu modelo. Com este selo as empresas podem divulgar sua responsabilidade social em balanços sociais, embalagens de produtos, sites, entre outros e acima de tudo dar o primeiro passo, tornado-se uma empresa-cidadã, se responsabilizando com a qualidade de vida da sociedade, do meio-ambiente e dos seus empregados e divulgando toda a sua aplicação interna e externa com a publicação do seu balanço social.

5 INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS ANALISADAS

Antes de demonstrar os resultados empíricos, serão apresentadas as informações necessárias sobre as instituições financeiras para o entendimento dos balanços sociais escolhidos para o estudo aqui presente.

5.1. Ranking do Banco Central

As instituições financeiras públicas para o presente estudo foram selecionadas conforme o ranking do Banco Central em dezembro do ano de 2006 que define os Bancos por ativo total publicado no site do Banco Central.

Foram selecionadas as duas primeiras instituições públicas, segundo os seus ativos, de acordo com a tabela 1 apresentada a seguir:

Tabela 1: Ranking do Banco Central

Colocação	Nome da instituição Financeira	SalDOS em Mil R\$
1	BCO. DO BRASIL S.A.	283.662.160
2	BCO BRADESCO S.A.	234.703.187
3	CAIXA ECONOMICA FEDERAL	209.532.835
4	BCO ITAU S.A.	192.725.919
5	BCO ABN AMRO REAL S.A.	122.181.650
6	BCO.SANTANDER BANESPA	99.062.914
7	UNIBANCO-UNIAO BCOS BRAS S.A.	93.952.531
8	BCO VOTORANTIM S.A.	61.599.637
9	BCO SAFRA S.A.	58.560.270
10	HSBC BANK BRASIL SA BCO MULTIP	57.966.931

Fonte: www.bcb.org.br

5.2. Banco do Brasil

Segundo TINOCO (2001, p.138):

O Banco do Brasil publicou pela primeira vez em 25 de agosto de 1997 seu Balanço Social, tendo sido dedicado a Herbert de Souza, o Betinho, que faleceu em 1997. No Balanço Social, o Banco do Brasil apresenta dados sobre seus programas sociais em três setores: políticas públicas, investimentos adicionais e recursos humanos. Os programas destacados entre as políticas públicas são os de geração de emprego e renda, de prestação de serviços, promoção da saúde e ecologia.

Conforme o Banco do Brasil, no ano de 2005, pressupõe e instiga a formação de carreiras dentro da Instituição com esperança de crescimento pessoal e profissional dos empregados e para que isso ocorra, o Banco possui um programa

de ascensão profissional que avalia a capacidade, conhecimento técnico, habilidades e experiências do funcionário.

O Banco do Brasil também mostra a necessidade da educação das pessoas para sua inserção na sociedade. A instituição financeira oferece treinamentos para todos os seus funcionários buscando melhores capacitações além dos negócios. Também no ano de 2005, o Banco concedeu 3.304 bolsas de graduação, 3.583 bolsas de MBA, 200 de aperfeiçoamento e pós-graduação e 481 para estudos de língua estrangeira. O investimento em relação a esses itens foi de mais de R\$ 100 milhões.

De acordo com o Banco do Brasil, houve investimentos na área de saúde e qualidade de vida no ambiente de trabalho no valor de R\$ 379,172 milhões. Conforme os compromissos firmados nas políticas de responsabilidade socioambiental, foi definido no ano de 2005 que no primeiro trimestre do ano de 2006 haveria uma inclusão de empregados do mesmo sexo como beneficiários da Caixa de Assistência a funcionários do Banco do Brasil (Cassi) e o com o auxílio alimentação pago para seus empregados, a instituição financeira empregou R\$ **323** milhões.

Conforme o Banco do Brasil, foi divulgada em 2005, a revista corporativa Banco do Brasil.com.você em alfabeto braile com a ajuda do Instituto Benjamin Constant, centro de referência visual do Ministério da Educação com a pretensão de oferecer acesso a todos os empregados às publicações do Banco junto com os deficientes visuais.

Ainda de acordo com o Banco do Brasil, no mesmo ano a instituição financeira divulgou a Ouvidoria Interna, para popularizar e humanizar as relações de trabalho. A Ouvidoria Interna do Banco tem o objetivo de acatar reclamações e sugestões para melhorar as condições de trabalho dentro da instituição financeira, garantindo que estas manifestações também melhorem práticas de responsabilidade socioambiental.

Segundo o Banco do Brasil:

O compromisso do Banco do Brasil com relação à sociedade é reforçado pela atuação da Empresa enquanto apoiadora de políticas públicas. Esta visão tem como eixo o estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o apoio ao desenvolvimento sustentável do País, auxiliando na promoção de seu crescimento econômico e social, zelando por recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Conforme o painel de ações sociais publicados no site do Banco do Brasil destacam-se alguns desses movimentos promovidos pelo banco:

Quadro 2. Painel de Ações Sociais do Banco do Brasil

Ação	Objetivos	Metas	Resultados Alcançados
Programa Voluntariado no BB	Capacitação de voluntários, por meio dos cursos de voluntariado, BB objetivando qualificar a atuação de cidadãos em ações sociais.	Capacitar 1.800 funcionários, da ativa e aposentados.	3.948 funcionários capacitados.
Projeto Hortas Comunitárias	Proporcionar o reforço na alimentação, com a produção de verduras e legumes a baixo custo, e possibilitar a geração de renda com os excedentes.	Implantar 50 hortas comunitárias e 5 unidades de beneficiamento de hortigranjeiros, com 1.125 beneficiários diretos e 7.500 beneficiários indiretos.	48 horas comunitárias implantadas, 1 unidade de beneficiamento de hortigranjeiros implantada, 10.333 beneficiários diretos e 15.414 beneficiários indiretos.
Redes de apoio à inclusão social	Formalização de parcerias com entidades públicas e privadas para apoiar projetos de inclusão digital com foco na geração de trabalho e renda, desenvolvimento regional sustentável e fortalecimento de redes comunitárias.	Formalizar 8 parcerias com entidades públicas e privadas.	8 parcerias formalizadas (SOS Cidadania, Resol/CNBB, SEPRIR, Fecam, SEDH/PR, Governo do Estado de Minas Gerais, Fundo Solidário de apoio à inclusão Digital e Prodabel.

Quadro 2. Painel de Ações Sociais do Banco do Brasil

Ação	Objetivos	Metas	Resultados Alcançados
Arrecadação de alimentos nos circuitos de marketing esportivo e cultural	Arrecadar alimentos nos eventos de marketing esportivo e cultural.	Arrecadar 900 toneladas de alimentos para beneficiar comunidades carentes das localidades onde ocorrem os eventos, sendo 100 toneladas no marketing cultural e 800 toneladas no marketing esportivo.	Arrecadas 24 toneladas nos eventos de marketing cultural e 744 toneladas de marketing esportivo.
Geração de Emprego e Renda pela Exportação (GERE)	Viabilizar a geração de emprego e renda mediante o apoio à inserção na cadeia de valor do comércio exterior de produtos e serviços oriundos das organizações produtivas apoiadas pelo Banco nas diversas ações de escopo socioambiental.	Apoiar negocialmente a inserção na cadeia de comércio exterior desses produtos e serviços.	Dentre diversas ações, destaque para a exposição em Paris (França), de diversas organizações e artesãos com um total vendido no Espaço Brasil de 4,3 mil Euros.
BB educar	Alfabetização de jovens e adultos e capacitação de alfabetizadores voluntários.	Formar 4.000 alfabetizadores e atender a 80.000 jovens e adultos.	5.075 alfabetizadores Formados, 132.442 alfabetizando e 38.333 alfabetizados.
Estação Digital	Promover a inclusão digital em comunidades não atendidas com recursos de informática. Em parceria com o Governo Federal.	Implantação de 100 estações digitais.	95 estações digitais implantadas.

Fonte: www.bb.com.br

5.3 Caixa Econômica Federal

Segundo a Caixa Econômica Federal:

A CAIXA é o maior banco público da América Latina. Os números impressionam: a base de clientes foi expandida em 42% nos últimos dois anos e meio, subindo de 23,1 milhões para 33,6 milhões de pessoas. E mais de 3 milhões de pessoas ingressaram no sistema bancário brasileiro por meio do programa de conta simplificada, a maior ação de inclusão bancária do país. O volume de depósitos à vista na CAIXA cresceu 16% no período e o de depósitos de poupança 18%, atingindo um saldo de R\$ 50,2 bilhões, consolidando a sua posição de instituição líder neste segmento. Entre 2002 e a metade de 2005, o ativo bancário da empresa aumentou 30% – segundo maior ativo entre as instituições financeiras atuantes no Brasil.

Segundo a Caixa Econômica Federal, o banco prioriza sempre cooperar com o desenvolvimento do Brasil. A instituição financeira possui parcerias com o poder público, e o municipal resolvendo problemas para a administração financeira dos municípios e para a introduzir projetos de infra-estrutura. A CAIXA também auxilia prefeituras e governos estaduais a planejarem obras promotoras de desenvolvimento urbano e instiga o aperfeiçoamento da administração pública, oferecendo às ações mais bem-sucedidas o Prêmio Melhores Práticas de Gestão.

De acordo com a Caixa Econômica Federal, o Banco também é responsável pela coleta e gestão de dados contábeis e gerenciais de todos os entes da Federação, auxiliando a aplicação da Lei de Responsabilidade Fiscal no país.

Conforme o Balanço Social publicado pela Caixa Econômica Federal (2005), a CAIXA será referência mundial como banco público integrado, rentável, socialmente responsável, eficiente, ágil e com permanente capacidade de renovação.

Ainda conforme o Balanço Social, publicado pela Caixa Econômica Federal, esta instituição financeira propõe melhorar a qualidade de vida das pessoas, servindo de intermédio entre os recursos e negócios financeiros de qualquer natureza e colocando como prioridade o desenvolvimento das cidades e os segmentos de programas e serviços sociais.

Segundo a Caixa Econômica Federal, promover a inclusão social é um dos principais objetivos da CAIXA. Uma das melhores formas de torná-la realidade é o apoio a iniciativas artístico-culturais, educacionais e desportivas.

De acordo com a Caixa Econômica Federal, em 2005, foram investidos R\$ 7 milhões no atletismo no país e através das Loterias patrocinou o Comitê

Paraolímpico brasileiro se tornando o maior patrocinador do atletismo do país. O banco também ajuda a promover eventos culturais, como espaços de galerias, teatro e museu, além de planos sociais para as escolas públicas.

Segundo a Caixa Econômica Federal:

Além dos benefícios assegurados aos trabalhadores, a CAIXA opera e paga os benefícios provenientes da Bolsa Família, programa de transferência de renda do governo federal. Em 2004, foram efetuados 47 milhões de pagamentos da bolsa, totalizando R\$ 3,3 bilhões. A fim de assegurar uma execução mais eficiente das políticas sociais, a CAIXA desenvolveu o Cadastro Único, ferramenta capaz de apresentar informações sobre o perfil socioeconômico de aproximadamente 53,5 milhões de pessoas situadas abaixo da linha de pobreza.

Ainda segundo a Caixa Econômica Federal, em 2005, as loterias da CAIXA arrecadaram R\$ 4,3 bilhões, e R\$ 2 bilhões foram repassados ao governo federal destinados a área social do país.

Conforme a Caixa Econômica Federal, todos os anos o banco divulga seu balanço Social para demonstrar sua responsabilidade social e mostrar os impactos sociais e econômicos do banco, preocupando-se com o desenvolvimento sustentável do país.

6 RESULTADOS E ANÁLISE

A pesquisa utilizada nos capítulos dois, três e quatro foi usada para analisar os modelos de Balanços Sociais publicados pela Caixa Econômica Federal e pelo Banco do Brasil.

6.1 Análise comparativa dos balanços sociais da Caixa Econômica Federal e do Banco do Brasil.

A Fonte das tabelas apresentadas foi retirada do modelo de Balanço Social proposto pelo IBASE, conforme Siva; Freire (2001, p.109) e dos Balanços Sociais da Caixa Econômica Federal e do Banco do Brasil publicados no ano de 2005.

Tabela 2: Base de Cálculo

1. Base de Cálculo	Banco do Brasil Valor (Mil Reais)	Caixa Econômica Federal Valor (Mil Reais)
Receita Líquida (RL)	56.131,17	34.231.733
Resultado Operacional (RO)	4.153.602	3.081.419
Folha de Pagamento (FPB)	6.985.587	5.584.780

Análise do Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal segundo modelo do IBASE:

Da análise verifica-se que a receita Líquida Operacional, o Resultado Líquido Operacional e a Folha de Pagamento dos dois Bancos correspondem ao modelo proposto pelo IBASE.

Segundo Freire; Silva (2001), a receita líquida é calculada através da receita excluída dos impostos, contribuições, devoluções, abatimentos e descontos comerciais. O resultado Operacional é calculado por meio do lucro ou prejuízo acumulado pela empresa no período e a folha de Pagamento é calculada através do valor total da folha de pagamento.

A Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil não indicaram a fonte para o cálculo.

Tabela 3: Indicadores Laboriais

IBASE	Banco do Brasil Valor (Mil Reais)			Caixa Econômica Federal Valor (Mil Reais)		
	Valor R\$	% Sobre FPB	% Sobre RL	Valor R\$	% Sobre FPB	% Sobre RL
Alimentação	574.641	8,23 %	1 %	342.503	6,13 %	1,00 %
Encargos Sociais Compulsórios	1.528.804	21,89 %	3 %	970.085	17,37 %	2,83 %
Previdência Privada	528.833	7,57 %	1 %	159.088	2,85 %	0,46 %
Saúde	379.172	5,43 %	1 %	218.486	3,91 %	0,64 %
Segurança e Medicina no Trabalho	5.212	1,13 %	0,00 %	4.230	0,08 %	0,01 %
Educação	0	0,00 %	0,00 %	15.710	0,28 %	0,05 %
Cultura	0	0,00 %	0,00 %	11.298	0,20 %	0,03 %
Capacitação e Desenvolvimento Profissional	103.259	1,48 %	0,00 %	22.582	0,40 %	0,07 %
Creches ou auxílio-creche	34.586	0,5 %	0,00 %	25.892	0,46 %	0,08 %
Participação nos Lucros ou Resultados	530.992	7,6 %	1 %	216.576	3,88 %	0,63 %
Outros	0	0,00 %	0,00 %	0	0,00 %	0,00 %
Total - Indicadores Laboriais	3.689.499	52,82 %	7 %	1.986.454	35,57 %	5,80 %

Análise do Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal segundo modelo do IBASE:

Da investigação identifica-se que os indicadores laboriais: Alimentação, Encargos Sociais Compulsórios, Previdência Privada, Saúde, Segurança e Medicina no Trabalho, Educação, Cultura, Capacitação e Desenvolvimento Profissional, Creches ou Auxílio-Creche, Participação nos Lucros ou Resultados e Outros das duas instituições financeiras estão adequados conforme o modelo de balanço proposto pelo IBASE. Os valores em porcentagem sobre a Folha de Pagamento são calculados dos Valores em Mil sobre o Valor da Folha de Pagamento e os valores em porcentagem da Receita Líquida são calculados por meio dos Valores em Mil divididos pela Receita Líquida.

Os encargos sociais compulsórios apresentados pelas duas instituições correspondem quase 50% relativo ao total dos indicadores laboriais.

Analisando individualmente esses indicadores, verifica-se que o Banco do Brasil investe mais em suas ações voltadas para os usuários internos da empresa que a Caixa Econômica Federal.

Tabela 4: Indicadores Sociais

IBASE	Banco do Brasil Valor (Mil Reais)			Caixa Econômica Federal Valor (Mil Reais)		
	Valor R\$	% Sobre RO	% Sobre RL	Valor R\$	% Sobre RO	% Sobre RL
Educação	26.595	0,64 %	0,05 %	89.426	2,90 %	0,26 %
Cultura	44.465	1,07 %	0,08 %	23.000	0,75 %	0,07 %
Saúde e Saneamento	0	0,00 %	0,00 %	814	0,03 %	0,00 %
Habitação	0	0,00 %	0,00 %	0	0,00 %	0,00 %
Esporte	43.800	1,05 %	0,08 %	24.800	0,80 %	0,07 %
Lazer e Diversão	0	0,00 %	0,00 %	0	0,00 %	0,00 %
Creches	0	0,00 %	0,00 %	0	0,00 %	0,00 %
Alimentação	143.345	3,45 %	0,26 %	2.771	0,09 %	0,01 %
Outros	0	0,00 %	0,00 %	0	0,00 %	0,00 %
Total das Contribuições para a Sociedade	258.205	6,22 %	0,46 %	140.811	4,57 %	0,41 %
Tributos	4.274.301	102,91 %	7,61 %	1.704.324	55,31 %	4,98 %
Total - Indicadores Sociais	4.532.506	109,12 %	8,07 %	1.845.135	59,88 %	5,39 %

Análise do Banco do Brasil e da Caixa Econômico Federal segundo modelo do IBASE:

Através da decomposição do todo em suas partes constituintes observar-se que os indicadores sociais dos Bancos: Educação, Cultura, Saúde e Saneamento, Esporte, Alimentação seguem o modelo proposto pelo IBASE.

Os outros indicadores como a Habitação, Lazer e Diversão e Creches e Outros não foram publicados.

Os valores em porcentagem sobre a Receita Operacional são calculados dos Valores em Mil sobre a Receita Operacional e os valores em porcentagem da Receita Líquida são calculados por meio dos Valores em Mil divididos pela Receita Líquida.

Entende-se que a diferença do total de contribuições sociais para a sociedade relativo aos dois bancos é de R\$ 117.394,00 e a diferença dos tributos é igual a R\$ 2.569.977,00. Desta forma, quando refere-se ao total de indicadores sociais esta diferença cresce para R\$ 2.687.371,00.

Apesar do Banco do Brasil ter um total de indicadores sociais superior ao da Caixa Econômica Federal, não quer dizer que a CAIXA invista pouco nos indicadores sociais e sim que o Banco do Brasil foca mais em seus tributos que o restante das contribuições.

Tabela 5: Indicadores Ambientais

IBASE	Banco do Brasil Valor (Mil Reais)			Caixa Econômica Federal Valor (Mil Reais)		
	Valor R\$	% Sobre RO	% Sobre RL	Valor R\$	% Sobre RO	% Sobre RL
Relacionados com a Operação da Empresa	0	0,00 %	0,00%	751	0,02 %	0,00 %
Em Programas e/ou Projetos Externos	0	0,00 %	0,00 %	400	0,01 %	0,00 %
Total dos Investimentos em meio Ambiente	0	0,00 %	0,00 %	1.151	0,04 %	0,00 %

Análise do Banco do Brasil e da Caixa Econômica Social segundo modelo do IBASE:

Da averiguação reconhece-se que os Indicadores Ambientais: relacionados com a operação da empresa e em programas/projetos externos se indentificam com o modelo do IBASE;

Os valores em porcentagem sobre a Receita Operacional são calculados dos Valores em Mil sobre a Receita Operacional e os valores em porcentagem da Receita Líquida são calculados por meio dos Valores em Mil divididos pela Receita Líquida.

Observa-se que o Banco do Brasil não divulgou os valores sobre estes indicadores. Assim, verifica-se que esta entidade apesar de investir mais em seus indicadores laboriais e sociais não dispõe de política de investimento no meio-ambiente.

Tabela 6: Indicadores do Corpo Funcional

Indicadores do Corpo Funcional	Banco do Brasil	Caixa Econômica Federal
Nº de Empregados no Final do Período	83.751	68.257
Nº de Admissões Durante o Período	7.835	10.095
Nº de Empregados Terceirizados	6.433	16.951
Nº de Empregados Acima de 45 Anos	24.590	22.486
Nº de Mulheres que Trabalham na Empresa	29.807	31.972
% de Cargos de Chefia Ocupados por Mulheres	27	39,09
Nº de Negros que Trabalham na Empresa	14.377	10.598
% de Negros que Trabalham na Empresa	16	11,86
Nº de Empregados Portadores de Deficiência	1.437	420

Análise do Banco do Brasil e Caixa Econômica segundo modelo do IBASE:

Da análise identifica-se que os indicadores do corpo funcional: Número de empregados ao final do período, Número de admissões durante o período, Número

de empregados terceirizados, Número de empregados acima de 45 anos, Porcentagem de cargos de chefia ocupados por mulheres, Número de negros que trabalham na empresa, Porcentagem de cargos de chefia ocupados por negro, Número de empregados portadores de deficiência estão adequados ao modelo de balanço social proposto pelo IBASE.

Observa-se que o Banco do Brasil ainda divulga que o número de estagiários é de 10.363 e a Caixa Econômica Federal também publica este mesmo indicador que é de 11.878.

Identifica-se que o corpo funcional do Banco do Brasil é maior que o da Caixa Econômica Federal.

Tabela 7: Informações relevantes quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial.

Informações Relevantes quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial	Banco do Brasil	Caixa Econômica Federal
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	18,8	18,16
Número total de acidentes de trabalho	805	80

Análise do Banco do Brasil e Caixa Econômica segundo modelo do IBASE:

Da investigação identifica-se que as informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial: relação entre a maior e a menor remuneração na empresa e o número total de acidentes de trabalho da Caixa Econômica Federal e do Banco do Brasil correspondem ao modelo do IBASE.

Identifica-se que as empresas não divulgaram a base de cálculo para esses valores.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Responsabilidade Social que as empresas vêm desenvolvendo buscam estratégias para um bom relacionamento entre os diversos interessados no negócio, conquistando o mercado com idéias de mobilização social com a divulgação de seus balanços sociais, demonstrando com clareza e transparência para que se desenvolva maior respeito e que a sociedade possa melhor avaliar o desempenho realizado. É por meio da publicação e da elaboração que as organizações tornam-se grandes modelos não somente para a sociedade, mas para outras que querem seguir o mesmo caminho.

O Balanço Social por não ser um instrumento de publicação obrigatório faz com que as instituições não tenham um modelo padronizado para que os usuários possam entender melhor. Com isso, entende-se a importância do modelo proposto pelo IBASE que por ele ser mais simples, fica mais fácil de se adequarem e, além disso, proporcionar vantagens como selo de premiação, consolidação de parcerias, fazem palestras e seminários para os administradores, desenvolvem projetos sociais, ensinam como fazer o balanço social das entidades e fazem com que as empresas se desenvolvam no âmbito social.

Em análise dos balanços sociais publicados pelo Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal, verificou-se que seguem ao modelo proposto pelo IBASE conforme os indicadores sociais e econômicos, mas de formas diferentes procurando atrair o público-alvo e até os parceiros, investidores que poderão mostrar como são responsáveis e que pensam e atendem às opiniões e ações público-sociais.

Essas instituições enfatizam as suas formas de publicar seus balanços sociais, demonstrando suas ações, inserindo também a tabela proposta pelo modelo do IBASE.

De acordo com o estudo presente, os gestores procuram demonstrar sua responsabilidade como missões e valores inseridos nos bancos mostrando apenas os benefícios, deixando muitas vezes de transparecer os danos que pode causar ao meio ambiente e a sociedade, já que isso poderia prejudicar a imagem da entidade. Sabendo que o marketing não é o propósito do Balanço Social, não deixa de ser uma das vantagens para o empresário, pois essa divulgação é benefício gerado para a empresa.

Segundo Froes; Neto (2001, p.163), “as empresas estão cientes dos diversos retornos gerados pelas suas ações sociais, e, por isso mesmo, aumentam seus investimentos e buscam melhoria de suas ações sociais”.

A autora, como consumidora, eticamente responsável, acredita que o estudo presente é um fato cada vez mais divulgado e comentado atualmente não só no Brasil, mas em todos os países e que se as empresas não passarem a ser responsáveis perante a sociedade, não pensando no bem comum haverá grandes possibilidades dos indivíduos sofrerem com as conseqüências, não somente na área ambiental, mas para o desenvolvimento do país.

Desta forma, recomenda-se que as instituições passem a dar maior atenção à responsabilidade social em seus negócios.

8 REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ASHLEY, Patrícia Almeida. et al. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Saraiva, 2004.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Ranking por Administração de Recursos de Terceiros**. <http://www5.bcb.gov.br/fis/cosif/ranking.asp> . Acesso em 20 de abril de 2007.

BANCO DO BRASIL. **Balanço Social Anual de 2005**. <http://www.bb.com.br/appbb/portal/ri/MenuBalancoInt.jsp>. Acesso em 04 de março de 2007.

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL. **Balanço Social de 2005**. <http://www.caixaeconomica.com.br/>. Acesso em 04 de março de 2007.

CORRÊA, Felipe Toscano de Brito Simões; MEDEIROS, João Ricardo Costa. Responsabilidade social corporativa para quem? In: INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2003.

FABIÃO, Maurício França. O negócio da ética: um estudo sobre o terceiro setor empresarial. In: INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2003.

FREIRE, Fátima de Souza; SILVA, César Augusto Tiburcio. **Balanço Social: teoria e prática: inclui o novo modelo do IBASE**. São Paulo: Atlas, 2001.

FROES, César; NETO, Francisco Paulo de Melo. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

IBASE. <http://www.ibase.org.br/modules.php?name=Conteudo&pid=32>. Acesso em 28 de março de 2007.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Introdução à Contabilidade: para o nível de graduação**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2002.

KROETZ, César Eduardo Stevens. **Balanço Social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LOURENÇO, Alex Guimarães; SCHRÖDER, Débora de Souza. Vale investir em Responsabilidade Social Empresarial? : Stakeholders, ganhos e perdas. In: INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade Social das Empresas**: a contribuição das universidades. São Paulo: Peirópolis, 2003.

MACHADO, Carla Mara. Contabilidade ambiental: o papel da contabilidade na evidência de investimentos, custos e passivos ambientais. In Instituto Ethos. **Responsabilidade Social das Empresas**: a contribuição das universidades. São Paulo: Peirópolis, 2003.

Responsabilidade Social.

http://www.responsabilidadesocial.com/article/article_view.php?id=423. Acesso em 24 de abril de 2007.

ROTHGIESSER, Tânia. **Quem é socialmente responsável?**

http://www.responsabilidadesocial.com/article/article_view.php?id=423. Acesso em 24 de abril de 2007.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanco Social**: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.

TORRES, Ciro. **Um pouco da História do Balanco Social**.

<http://www.ibase.org.br/modules.php?name=Conteudo&pid=32>. Acesso em 28 de Março de 2007.